



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

**MARCA PERSONAL Y COMPETENCIAS
PROFESIONALES**

**GRADO EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
PRESENCIAL**

CURSO ACADÉMICO 2019-2020

ÍNDICE

RESUMEN	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS	3
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	5
METODOLOGÍA	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS	6
EVALUACIÓN	6
BIBLIOGRAFÍA	7

RESUMEN

Centro	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (ESCOEX)		
Titulación	Grado en Dirección y Administración de Empresas		
Asignatura	Marca personal y competencias profesionales	Código	F1C1P03004
Materia			
Carácter	Básica		
Curso	1º		
Semestre	Primer semestre		
Créditos ECTS	6		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2019-2020		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsables de Asignatura	Jose Carlos Pérez / Alejandro Molowny
Correos electrónicos	josecarlos.perez@pdi.atlanticomedio.es alejandro.molowny@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828.019.019
Tutorías	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Ayudar a los alumnos a maximizar el potencial de su perfil como profesionales y a extender sus garantías de éxito, a través de las claves para el desarrollo de tácticas que desde una visión de Marca Personal mejoren el posicionamiento profesional.
- Adquirir herramientas y competencias emocionales para su aplicación en las relaciones interpersonales en el entorno de trabajo.
- Presentar las bases y por qué y beneficios en el desarrollo de la visión de personal branding.
- Ayudar a identificar y comunicar las características y los valores que nos hacen sobresalir, ser relevantes, diferentes y visibles en un entorno homogéneo, competitivo y cambiante.
- Exponer a los alumnos cómo definir la estrategia y el establecimiento de las fases para desarrollar un plan de visibilidad personal que incluya la creación de flujos de comunicación personal singular.
- Dar protagonismo al individuo: Profesionales 3.0, personas con marca propia, especializados y familiarizados con las redes sociales y las nuevas tecnologías.
- Conocer las herramientas básicas para la gestión de la innovación y la creatividad de la proyección personal.
- Capacitar a futuros directivos, equipos y emprendedores para que se conviertan en el mejor instrumento de Branding y Marketing de su empresa, tenga el tamaño que tenga.
- Aprender a vender lo que se sabe hacer desde el autoconocimiento, un plan de actuación y una comunicación real en el mercado a través de un Plan de Social Media diseñado a medida.
- Potenciar el autoconocimiento como base para el desarrollo de la inteligencia emocional.
- Desarrollar la empatía y la comunicación.
- Utilizar y expresar inteligentemente las emociones en ámbitos profesionales.
- Desarrollar capacidades comunicativas y de trabajo en equipo.
- Aprender diferentes herramientas de uso empresarial.
- Aprender la herramienta del Coaching para establecer objetivos reales.
- Conocer los elementos clave de una comunicación efectiva.
- Identificar los roles y necesidades para el buen desarrollo de las tareas de equipo.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de esta asignatura es que, sobre la base de la marca personal, el alumno desarrolle las competencias y habilidades para los diferentes escenarios en los que se proyectará profesionalmente en su puesto de trabajo: trabajo en equipo, reuniones, presentaciones profesionales, etc. Para ello la asignatura se estructura en los siguientes bloques de contenido:

- Marca personal
- Presentaciones profesionales e intervenciones públicas
- Relaciones y comunicación en el equipo de trabajo
- Inteligencia emocional: la actitud en la gestión de conflictos

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

1. Tema 1: Nuevo paradigma laboral

- 1.1 Lo que buscan los empleados
- 1.2 Lo que buscan los empresarios
- 1.3 CV emocional d. La importancia de nuestras experiencias

2. Tema 2: Competencia emocional

- 2.1 Inteligencias múltiples
- 2.2 Inteligencia emocional i. ¿Qué son las emociones? ¿Para qué sirven? ¿Cuál es mi marca emocional?
- 2.3 Componentes de la IE i. Intrapersonales e interpersonales. Aplicación a la MP
- 2.4 Los temperamentos (herramienta de autoconocimiento)
- 2.5 Los estilos de liderazgo según D. Goleman
- 2.6 Necesidades y barreras emocionales
- 2.7 El factor confianza

3. Tema 3: ¿Cómo nos relacionamos?

- 3.1 Roles Belbin
- 3.2 Relaciones jefes, empleados, clientes
- 3.3 La resolución de conflictos
- 3.4 Comunicación honesta i. Aprender a decir No. establecer límites. Saber expresar emociones. Los acuerdos toltecas. Eliminar la crítica.

4. Tema 4: La motivación

- 4.1 Tipos de motivación
- 4.2 La búsqueda de propósito
- 4.3 Necesidades emocionales
- 4.4 El viaje del héroe aplicado a la MP

5. Tema 5: Herramienta Coaching en la MP

- 5.1 Cómo generar cambios con la conversación y la escucha activa
- 5.2 Aprender a priorizar i. Gestión del tiempo y de tareas.
- 5.3 Los 7 hábitos de la gente eficiente según Stephen Covey

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje operativo.
- Aprendizaje on-line.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral
Actividades prácticas
Tutorías
Trabajo en equipo
Trabajo autónomo

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia a las clases	25%
Resolución de casos o problemas y participación	25%
Examen	50%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se deberá aprobar la media obtenida con ambos trabajos y obtener una calificación mínima de 5 puntos en el examen.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 25% dividido de la siguiente forma:
 - Una entrega de trabajo en la semana de evaluación del bloque I que supondrá un 10% de la calificación final.
 - Una entrega de trabajo en la semana de evaluación del bloque II que supondrá un 10% de la calificación final.
 - Participación activa en las clases y en la presentación y elaboración de los trabajos que supondrá un 5% de la calificación final.
- (c) Asistencia a clases: 25% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura. La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

BIBLIOGRAFÍA

- **Básica**
 - Expertología, Andrés Pérez Ortega
 - Marca Personal para Dummies, Andrés Pérez Ortega